

**PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR DAN
KREDIBILITAS PESAN KOMUNIKASI *WORD OF
MOUTH* TERHADAP MOTIVASI MEMBELI PRODUK**

**Studi Eksplanatif pada Mahasiswa Komunikasi FISIP UAJY
Angkatan 2009 dan 2010 Terhadap Motivasi Membeli Produk
Oriflame**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Disusun oleh :

ANJARSARI RESMANINGRUM

0809 03469 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR DAN KREDIBILITAS PESAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MOTIVASI MEMBELI PRODUK

**Studi Eksplanatif pada Mahasiswa Komunikasi FISIP UAJY
Angkatan 2009 dan 2010 Terhadap Motivasi Membeli Produk
Oriflame**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

ANJARSARI RESMANINGRUM

0809 03469 / KOM

Disetujui oleh :



Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kredibilitas Komunikator dan Kredibilitas
Pesan Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Motivasi
Membeli Produk**
(Studi Eksplanatif pada Mahasiswa Komunikasi FISIP
UAJY Angkatan 2009 dan 2010 Terhadap Motivasi
Membeli Produk Oriflame)

Penyusun : Anjarsari Resmaningrum
NIM : 0809 03469 / KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 30 Mei 2012
Pukul : 10.30 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, SIP, M.Si

Penguji Utama

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, M.A

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Anjarsari Resmaningrum
NPM : 0809 03469
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : **Pengaruh Kredibilitas Komunikator dan Kredibilitas Pesan Komunikasi *Word of Mouth* Terhadap Motivasi Membeli Produk (Studi Eksplanatif pada Mahasiswa Komunikasi FISIP UAJY Angkatan 2009 dan 2010 Terhadap Motivasi Membeli Produk Oriflame)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya susun sendiri tanpa plagiarisme ataupun hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material atau non material, ataupun segala kemungkinan yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Apabila dikemudian hari ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses sesuai kebijakan yang dibentuk tim Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tanpa tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 30 Mei 2012

Saya yang menyatakan,



Anjarsari Resmaningrum

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya yang senantiasa menemani setiap langkah dan setiap pekerjaan penulis sehingga penyusunan karya tulis tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas akhir ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari telah banyak mendapat bimbingan, bantuan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya, Laurensia Fransiska Anjarsari Resmaningrum ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. My Heii Hoo Triple God ; My Superman Tuhan Yesus Kristus, My Princess Bunda Maria, serta Allah Bapa yang selalu hadir lewat berbagai cara sehingga segala perkara terasa ringan. Aku yakin tanganMu yang berkarya.
2. Babe dan Mami tercinta, Andreas Sukari dan Aloysia Endang Sugiarti. Dua orang perkasa dalam hidupku yang tidak pernah lelah berdoa serta memberi dukungan baik moril maupun materiil. Jika samudera itu dibanjiri oleh emas, maka emas itu tidak akan cukup untuk membayar cinta kalian. Terima kasih buat semuanya, aku sangat-sangat mencintai kalian.
3. Dynamic Duo, Laurensia Clara Resty Furi Handayani dan Yovita Lintang Putri Ceasarwati. Kakak dan adik penulis yang tanpa kalian sadari, kalian memberi dukungan dan terutama hiburan yang sangat berarti bagi aku. Jalan, makan, belanja, telponan TM, semuanya menyenangkan. Terima kasih sekali soulsista.
4. Adik penulis yang cantik yang sudah bahagia di surga Florentina Shinta Kurniasari. Terima kasih adik kecilku, aku tahu banyak doa darimu disana. We'll see you soon sweetheart.
5. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si dosen pembimbing penulis yang saya yakini bapak yang satu ini pasti bosan melihat muka saya yang muncul dan meneror tiap hari baik pagi, siang, sampai sore. Terima kasih sekali pak,

bapak tidak terlalu menuntut kesempurnaan dari sebuah karya tulis. Terima kasih untuk segala bimbingan, masukan, dan pengarahan selama penelitian sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Jangan heran kalau setelah ini banyak yang bimbingan sama bapak, bapak recommentable sih.

6. Dosen penguji seminar sekaligus dosen penguji ujian pendadaran skripsi, Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si dan Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, M.A yang menjadikan ruangan seminar tidak seseram yang penulis bayangkan dan suasana ujian pendadaran skripsi yang tetap ada tawa meskipun rasa nervous itu tetap ada. Terima kasih untuk tawa dan canda disituasi mencekam itu.
7. Kardila dan Kresensia Yulia Rachmawati, saudara kecil penulis yang tidak pernah absen memberikan suntikan semangat serta hiburan bagi penulis. Demi Tuhan aku suka diancam, dengan begitu aku jadi semangat. Terima kasih cantik.
8. Yani Hariyati, orang baru tapi lama yang karena bertemu dengannya di depan perpustakaan waktu itu seketika itu juga semangat itu muncul karena merasa senasib dan seperjuangan.
9. Ivanna Stella Dewi Iman Supoyo, yang sudah banyak membantu mulai dari key in seminar sampai contekan-contekan skripsi. Ih makasiy nah cun.
10. Nurindah Arfianti, teman baru yang BBM terakhir darimu sekaligus status BBM terakhirku benar-benar membangunkan aku. Fight fight now happy happy then.
11. Melisa Agustin, teman setia penulis yang menjadi ruang bagi penulis untuk sejenak melupakan skripsi.
12. Teman-teman rumpi perpustakaan, Amanda Giacinta Gumelar, Agatha Neni Prameswari, Patricia Kandi Damayanti, Keke Hanggana Raras, Godeliva Citra Ivanna, Yosefa Reza Erlina, Jonathan Haryono, Maria Nari Gunita, dan masih banyak lagi, yang menjadi tempat diskusi sekaligus tempat menyenangkan diri.
13. Support dan doa menjelang pendadaran dari kalian Jona, Ve, Citra, Neni, Wike, Yani, MelMel, Cabul, Dona, Bebeh, Cink, April, Nduty, Banga, Nuri, Putri, Dita, Jejong, terima kasih semua.

14. Cik Lova Natassa, yang cukup dengan berotot-ototan denganmu adrenalinku langsung naik untuk langsung ngeburu skripsi.
15. Staff sekaligus teman-teman penjaga perpustakaan, Mbak Elly, Mbak Madith, Anind, Tomsy, Cabul, yang banyak sekali membantu penulis dalam mencari buku dan memberi berbagai kemudahan bagi penulis dalam mengakses tempat yang seumur-umur belum pernah penulis tongkrongin selama penulis kuliah.
16. Teman-teman ilmu komunikasi FISIP UAJY angkatan 2009 dan 2010 yang bersedia kooperatif menjadi responden bagi penulis sehingga kuesioner bukan lagi jadi masalah dalam penyelesaian tugas akhir ini.
17. Seluruh teman-teman khususnya BOHLAM dan teman-teman FISIP Advertising 2008, interaksi bersama kalian adalah pelajaran dan ilmu buatku.
18. TigaDua orang di jalanan yang aku temui sepanjang 26 Januari sampai 31 Mei. Heii semua, terima kasih untuk semua senyum dan doanya.
19. Jupita dan Wihelmina, motor sekaligus helm tercinta yang menemani penulis kemana-mana. Hanya kalian yang tahu benar ceritaku selama berada di jalan. Serta Lupita, laptop tercinta yang paling tau benar isi skripsi aku.
20. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

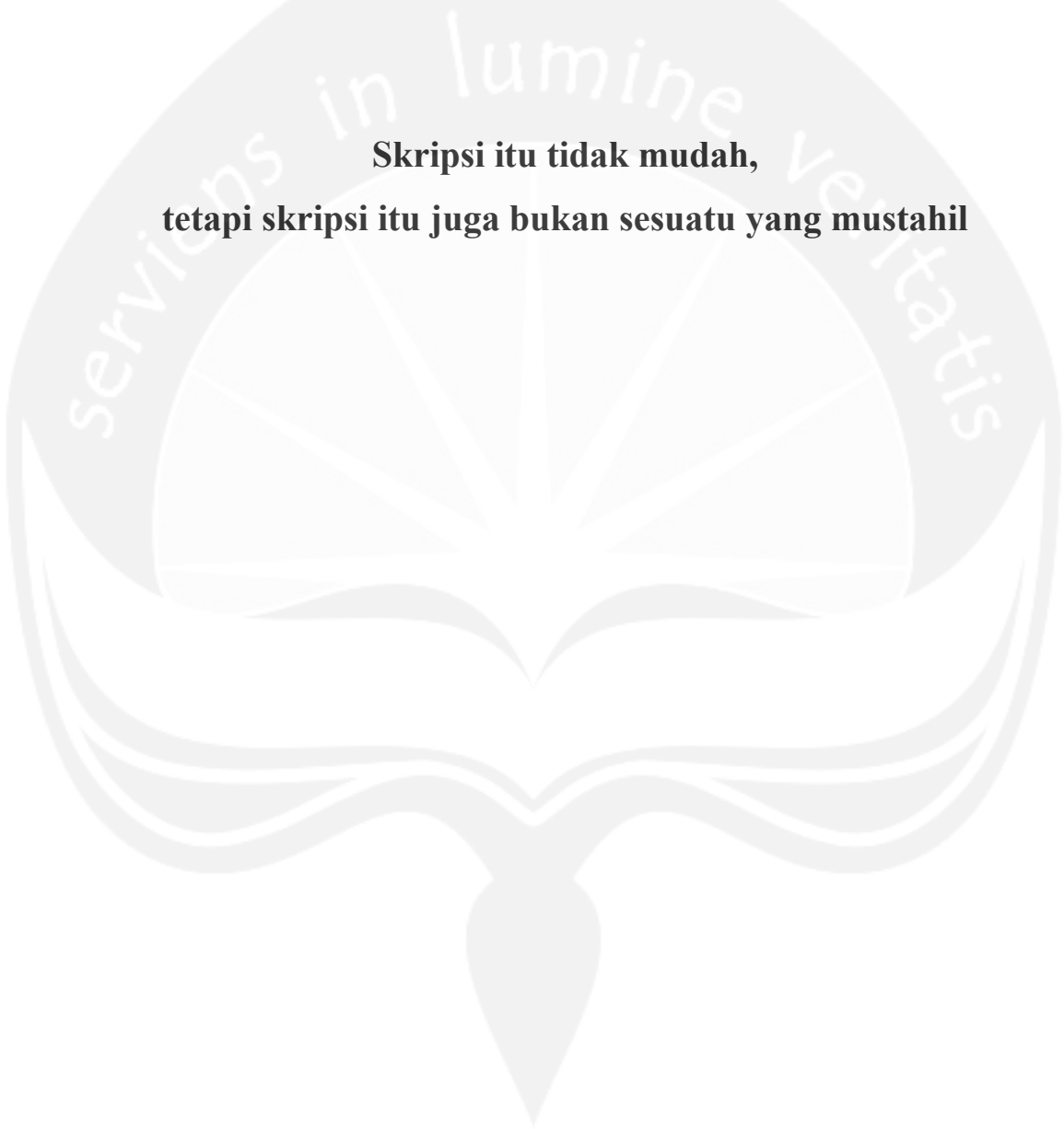
Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidaklah sempurna, untuk itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang tertarik untuk membaca dan ingin tahu lebih jauh mengenai **Pengaruh Kredibilitas Komunikator dan Kredibilitas Pesan Komunikasi Word of Mouth Terhadap Motivasi Membeli Produk.**

Yogyakarta, 30 Mei 2012

Penulis

**Skripsi itu tidak menyebalkan,
tetapi bukan berarti aku menyukainya.**

**Skripsi itu tidak mudah,
tetapi skripsi itu juga bukan sesuatu yang mustahil**



Jangan takut lambat, takutlah tidak melangkah!

“Tuhan tidak pernah menjanjikan langit selalu cerah, matahari selalu bersinar, dan angin selalu berhembus. Tapi janganlah kamu khawatir, akan ada pelangi dari setiap badai, senyum dari setiap tangis, dan jawaban dari setiap doa.”

“Beranjaklah ke atas dan jangan pernah biarkan hidup mengalir seperti air, karena sejatinya air selalu mengalir ke bawah dan tidak pernah naik ke atas.”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	9
1. Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	10
2. Kredibilitas Komunikator Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	15
3. Kredibilitas Pesan Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	18
4. Motivasi Membeli	19
5. Ciri Demografis Individu	23
F. Kerangka Konsep	26

G. Hipotesa	33
H. Definisi Operasional	33
I. Metodologi Penelitian	38
1. Jenis Penelitian	39
2. Metode Penelitian	39
3. Lokasi Penelitian	40
4. Populasi dan Sampel	40
a. Populasi	40
b. Sampel	41
5. Teknik Pengumpulan Data	43
6. Teknik Pengukuran Data	44
7. Metode Pengujian Instrumen	46
a. Pengujian Validitas	46
b. Pengujian Reliabilitas	48
8. Analisis Data	49
a. Teknik Korelasi Parsial	50
b. Analisis Regresi Linier	51
 BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	52
A. Program Studi Ilmu Komunikasi	52
1. Profil Mahasiswa Komunikasi FISIP UAJY	52
B. Deskripsi Umum Oriflame	53
1. Fakta	54
2. Produk Oriflame	54

BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	57
A. Analisis Data Penelitian	58
1. Uji Validitas Instrumen	58
2. Uji Reliabilitas	60
B. Analisis Karakteristik Responden	61
1. Karakteristik Jenis Kelamin	62
2. Karakteristik Uang Saku/Pendapatan	62
C. Deskriptif Variabel Penelitian	63
1. Deskripsi Variabel X_1	63
2. Deskripsi Variabel X_2	67
3. Deskripsi Variabel Y	71
D. Analisis Data	73
1. Hubungan Antara Variabel X_1 dan X_2 Terhadap Y	73
2. Analisis Regresi Linier Berganda	76
E. Pembahasan	81
1. Pengaruh Variabel X_1 terhadap Variabel Y	81
2. Pengaruh Variabel X_2 terhadap Variabel Y	83
3. Pengaruh Variabel X_1 dan X_2 terhadap Variabel Y	85
4. Pengaruh Variabel X_1 dan X_2 terhadap Variabel Y dengan Z_1 dan Z_2	86
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	 89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

TABEL 1	
Hasil Riset MRI Terhadap Media dengan Sumber Informasi Terbaik	1
TABEL 2	
Skala Mengukur Kredibilitas Pembicara	17
TABEL 3	
Uang Saku/Pendapatan Mahasiswa Perbulan	37
TABEL 4	
Operasionalisasi Variabel dan Pengukurannya	38
TABEL 5	
Data Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi UAJY	42
TABEL 6	
Hasil Analisis Validitas Instrumen Variabel X_1	59
TABEL 7	
Hasil Analisis Validitas Instrumen Variabel X_2	59
TABEL 8	
Hasil Analisis Validitas Instrumen Variabel Y	60
TABEL 9	
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian X_1 dan X_2	61
TABEL 10	
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian Y	61
TABEL 11	
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
TABEL 12	
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan	62
TABEL 13	
Deskripsi Data Variabel X_1	64
TABEL 14	
Presentase Butir Pertanyaan Variabel X_1	65

TABEL 15	
Deskripsi Data Variabel X_2	67
TABEL 16	
Presentase Butir Pertanyaan Variabel X_2	69
TABEL 17	
Deskripsi Data Variabel Y	71
TABEL 18	
Presentase Butir Pertanyaan Variabel Y	72
TABEL 19	
Hasil Korelasi Antara Variabel X_1 dan X_2 Terhadap Y dengan Z_1 dan Z_2	74
TABEL 20	
Interpretasi Koefisien Korelasi	75
TABEL 21	
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1

Jenjang Kebutuhan Maslow 21

GAMBAR 2

Hubungan Antar Variabel 31



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian
4. Hasil Analisis Persentase
5. Pengujian Analisis Deskriptif Variabel
6. Pengujian Asumsi Regresi
7. Tabel Nilai r

ABSTRAKSI

Penelitian yang berjudul PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR DAN KREDIBILITAS PESAN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH* TERHADAP MOTIVASI MEMBELI PRODUK ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas komunikator dan kredibilitas pesan komunikasi *word of mouth* terhadap motivasi membeli produk.

Masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh yang signifikan antara kredibilitas komunikator dan kredibilitas pesan komunikasi *word of mouth* secara parsial dan simultan terhadap motivasi membeli produk dengan dan tanpa variabel kontrol yang dalam penelitian ini adalah jenis kelamin serta uang saku/pendapatan. Sedangkan teori yang dipakai adalah teori mengenai komunikasi *word of mouth*, teori kredibilitas komunikator, teori kredibilitas pesan, dan teori motivasi membeli dengan merujuk pada teori kebutuhan Maslow.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian eksplanatori. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi FISIP Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2009 dan 2010. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, jumlah sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah sebanyak 83 responden.

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah; terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas komunikator (X_1) dan kredibilitas pesan (X_2) secara parsial terhadap motivasi membeli (Y), terdapat pengaruh yang signifikan antara kredibilitas komunikator (X_1) dan kredibilitas pesan (X_2) secara simultan terhadap motivasi membeli (Y), serta jenis kelamin (Z_1) dan uang saku/pendapatan (Z_2) akan mengontrol pengaruh antara kredibilitas komunikator (X_1) dan kredibilitas pesan (X_2) terhadap motivasi membeli (Y).

Teknik pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert dan skala guttman. Sedangkan analisis data dengan menggunakan teknik korelasi parsial dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil uji validitas, semua instrument menghasilkan koefisien korelasi lebih besar dari 0,361 dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas untuk semua variabel bernilai lebih dari 0,6 dan dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat hubungan yang bernilai positif dan searah antara X_1 , X_2 , dengan Y dengan kategori hubungan antara X_1 , X_2 , dengan Y masuk ke dalam kategori tingkat hubungan yang sedang, terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kredibilitas komunikator (X_1) dan kredibilitas pesan (X_2) dengan motivasi membeli (Y). Nilai koefisien determinasi sebesar 0,312, artinya sebesar 31,2% variabel motivasi membeli dapat dijelaskan oleh variabel kredibilitas komunikator (X_1) dan kredibilitas pesan (X_2), sedangkan sisanya 68,8% (100%-31,2%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diketahui bahwa komunikasi dari mulut ke mulut atau komunikasi *word of mouth* merupakan strategi marketing yang konvensional namun dapat meningkatkan motivasi membeli konsumen.